

دریچه

پایان فازاول کمپین «آشتی با مطبوعات»

یک آشتی از جنس رسانه

- مردان و زنانی که روزنامه در دست گرفتند و با

آن عکس می‌گیرند و از یک آشتی خبر می‌دهند. یک آشتی از جنس بهار تازه مطبوعات. بهار رسانه‌ها زمانی است که از مخاطبش تأثیر بگیرد. روزنامه‌ها وظیفه‌اش اثرگذاری بر مخاطب خود است. وظیفه‌ای که بیش از ۲۰۰ سال است که بر عهده روزنامه‌هاست، اما مدتی است با پیشرفت تکنولوژی و ورود تکنولوژی‌های جدید خبررسانی روزنامه‌ها کمتر دیده می‌شود. قهری که شاید ناخواسته باشد و دلشیش سخت‌شدن شرایط اقتصادی برای خانواده‌ها و در نتیجه حذف روزنامه از سبد مصرفی است. اما این، همه موضوع نیست، وجود رسانه‌های دیجیتال به‌ویژه فضای اجتماعی باعث شده از اقبال عمومی به روزنامه‌ها کاسته شود. دک‌های مطبوعاتی شهر چندمنظوره شده‌اند و دیگر فقط دک‌ه مطبوعاتی نیستند و فروشگاه‌هایی

شده‌اند برای فروش سیگار و پک و در کنار این محصولات روزنامه هم ارائه می‌کنند. اما مدتی قبل عده‌ای تصمیم گرفتند با اجرای طرحی یک آشتی دوباره با مطبوعات شکل بگیرد. طرح کمپین آشتی با دک‌ه سه روز آخر هفته گذشته در سراسر کشور، به منظور آشتی دوباره با روزنامه‌ها و رسانه‌های مکتوب برگزار و با استقبال عمومی مواجه شد. محسن بیگلریگی، سخنگوی این کمپین، به یکی از رسانه‌های اقتصادی در کشور گفت: سرمایه انسانی اساس توسعه پایدار است که با مشارکت شهروندان و گروه‌های اجتماعی ظهور می‌یابد و توسعه اجتماعی را رقم می‌زند. اما پیش‌نیاز توسعه اجتماعی، آگاهی عمومی است. امروزه جامعه‌ای توسعه‌یافته تلقی می‌شود که بتواند در کنار شاخص‌های اقتصادی بر عنصر دانایی اجتماعی تأکید کند و در این‌میان، رسانه‌ها در گذر زمان با وجود تغییرات شکلی، مسئولیتی ثابت دارند. به گفته او، واقعیت این است که توسعه اقتصادی و فرهنگی به آموزش و آگاه‌سازی و آماده‌کردن افکار عمومی برای بهره‌برداری از امکانات مادی و معنوی وابسته است. که نقش مطبوعات را به جایگاه یکی از پارامترهای مهم توسعه فرهنگی آشکار می‌کند. بیگلریگی ادامه می‌دهد: اگر چه تکنولوژی‌های نوین بر سطح دسترسی شهروندان به اطلاعات افزوده است، اما عمق اطلاعات را همچنان در بسیاری از رسانه‌های مکتوب می‌توان یافت، چه اینکه بسیاری از رسانه‌های مجازی، همچنان نشریات مکتوب را مرجع و مآخذ خود قرار داده‌اند. سخنگوی این کمپین معتقد است فارغ از حمایت‌های مادی و معنوی دولت آنچه بهار مطبوعات را رقم می‌زند، محتوای تولیدی و باکیفیت از یک سو و استقبال مردمی از سوی دیگر است، چه اینکه در ایامی نه‌چندان دور بسیاری از علاقه‌مندان به رسانه‌های مکتوب، هم‌روزه چندین نشریه را با خود به منزل می‌بردند و نشریات به چاپ مجدد می‌رسیدند». این کمپین صرفا آری‌گفتن به مطالعه و آگاهی بخشی نیست، بلکه کمپین نه به معضلات اجتماعی، نه به جایگزین‌شدن دخانیات در دک‌ها به جای روزنامه و تأکید بر عنصر دانایی اجتماعی است. در روزهای اجرای این کمپین علاقه‌مندان به روزنامه‌ها و رسانه‌های مکتوب با حضور در محل دک‌های مطبوعاتی، هرکدام چند روزنامه را خریدند و با آن عکس گرفتند تا از پیوستن خود به این کمپین خبر دهند. به گفته مسئولان این کمپین، در این مدت بیش از ۱۲۰ عکس از ۲۰ استان کشور به این کمپین رسید. روز گذشته پس از پایان زمان کمپین آشتی با مطبوعات، عده‌ای از اعضای این کمپین خواستار ادامه‌داشتن این کمپین شدند و از همیزرو مسئولان این کمپین تصمیم گرفتند چراغ این کمپین خاموش نشود و این آشتی ادامه پیدا کند و علاوه بر روشن‌ماندن چراغ فروش روزنامه در دک‌های مطبوعاتی، مردم نیز به روزنامه‌ها روی بیاورند.

ادامه از صفحه اول

پیش از این هم تبلیغات محیطی شهرداری تهران در موضوعات غیر شهری و سیاسی همچون «صدافت آمریکایی» و یا تبلیغات اجتماعی و فرهنگی همچون «با یک گل بهار نمی‌شود» نیز حاشیه‌هایی در پی داشته است. شهرداری تهران در بسیاری از موارد سازه تبلیغاتی را به ارگان‌های مختلفی اجاره داده و این مجموعه‌ها با گرفتن مجوز انتشار از اداره ارشاد استان تهران و کمیته‌های فرهنگی که در چند زیرمجموعه فرهنگی شهرداری وجود دارند، تبلیغات فرهنگی مورد نظر خود را انجام می‌دهند. در این شرایط مسئولیت از دوش شهرداری تهران برداشته شده و مجموعه مربوط مسئولیت تبلیغات را بر عهده دارد.

ماه محرم همانند همه مناسبت‌های اجتماعی و مذهبی جامعه، معمولاً با تبلیغات هدفمند دولتی و سازه‌های محلی همچون شمایل‌های ائمه اطهار(ع) همراه است. تبلیغات شهر و مترو در دست شهرداری است. از همان ابتدای نصب این تابلوهای مفهومی «صحابه حسینی، صحابه خمینی» در ایستگاه‌ها و درون قطارهای متروی تهران، در برخی از شبکه‌های اجتماعی تصاویر مقایسه‌ای این تابلوها دست‌به‌دست شد اما شاید به دلیل حرمت محرم و افراد حاضر در این تبلیغ‌ها، کمتر کسی این تبلیغات را مورد سؤال قرار داد. درعین حال ادامه نصب و ماندگاری تابلوها روی دیوارهای مترو حاکی از نوعی تأیید بود.

با این حال برخی اخبار غیررسمی حاکی از برخی نارضایت‌ها از مقایسه صورت‌گرفته در این تابلوها بود.اما در جریان گفت‌وگوی شروق با محسن سرخو، عضو کمیسیون عمران شورای شهر تهران، در مورد

شرایط واگذاری واحدهای تجاری در مجموعه مترو تهران، این عضو شورا از واگذاری مسئولیت تبلیغات مترو تهران به سازمان زیباسازی، به دلیل شرایط نامناسب در مدیریت تابلوهای تبلیغاتی فرهنگی، مترو خبرداد. همین موضوع را از عیسی علیزاده، رئیس سازمان زیباسازی شهرداری، نیز پرسیدیم و او ضمن تأیید موضوع در گفت‌وگو با «شروق» گفت: تنها تبلیغات فرهنگی مترو به سازمان زیباسازی سپرده شده و شخص شهردار تهران خواسته است این موضوعات زیر نظر معاونت فرهنگی و اجتماعی شهرداری و سازمان زیباسازی تهیه و در شهر منتشر شوند.

علیزاده اثرگذاری مجموعه تابلوهای «صحابه حسینی، صحابه خمینی» و واکنش‌های منفی نارضایت‌ها از مقایسه صورت‌گرفته در این تابلوها بود.اما در جریان گفت‌وگوی شروق با محسن سرخو، بسیار بد بود و واکنش شخص شهردار تهران را به

دستورقالیباف برای جمع آوری تابلوهای «صحابه حسینی، صحابه خمینی»



تصویری از پوسترهای نصب شده در مترو

همراه داشت. تا جایی که من هم می‌دانم، دستور جمع‌آوری فوری این تبلیغات را داده‌اند اما شرکت مترو به دلایلی همچون طولانی‌بودن پروسه جمع‌آوری، هنوز این تبلیغات را در فضاهای مترو حذف نکرده است.

رئیس سازمان زیباسازی شهر تهران با یادآوری اینکه تابلوی مقایسه‌ای «صحابه حسینی، صحابه خمینی» را معاونت فرهنگی شرکت مترو تهیه کرده است، گفت: با دستور جدید شهردار تهران تمامی این اقدامات و تبلیغات فرهنگی زیر نظر معاونت فرهنگی و اجتماعی شهرداری تهران انجام می‌پذیرد.

وی با بیان اینکه طبق دستور شهردار تهران تبلیغات فرهنگی مترو تهران همسان با سایر تبلیغات فرهنگی در شهر خواهد بود، اظهار کرد: شرکت‌های فعال در این عرصه هم توسط سازمان زیباسازی رتبه‌بندی و ارزیابی می‌شوند و همان کمیته

فرهنگی که در امور مختلف فرهنگی شهر تصمیم می‌گیرد، در مورد این تبلیغات هم تصمیم خواهد گرفت.

علیزاده می‌گوید، با این کار جلوی بسیاری از تبلیغات ناهماهنگ و احیاناً مشکل‌دار گرفته می‌شود. درعین‌حال تبلیغات فرهنگی شرکت‌ها و سازمان‌ها و شهرداری‌ها مناطق طبق یک «آی‌بی» مشخص انجام می‌شود و در این شرایط مسئولیت کامل تبلیغ هم با سازمان زیباسازی خواهد بود.

رئیس سازمان زیباسازی شهر تهران به یک اشکال قانونی در تبلیغات شهری اشاره کرد و گفت: این ایراد مهمی است که سازه و برگزاری مزایده با شهرداری است اما محتوا را اداره ارشاد استان تهران تأیید می‌کند و ما نمی‌توانیم نظارتی داشته باشیم، به این ترتیب مفاهیم روی تابلوهای تجاری و بسیاری از تابلوهای در اختیار شرکت‌ها و سازمان‌ها تحت اختیار و نظر شهرداری تهران نیست اما چون آرم شهرداری معمولاً زیر این تبلیغات وجود دارد، همه آنها به نام شهرداری تمام می‌شود.

معاون فرهنگی اجتماعی شرکت بهره‌برداری مترو تهران و حومه در توضیح این تابلوی مفهومی که روی سایت این مجموعه قرار گرفته، توضیح داده است: «در این کات‌استندها و تبلیغات، شش شخصیت همراه امام حسین(ع) و شش شخصیت انقلابی و یاران حضرت امام خمینی در کنار هم قرار گرفته‌اند. در یک طرف افرادی همچون حر بن یزید ریاحی، مسلم بن عقیل، حبیب این مظاهر، زهیر بن قین به عنوان صحابه امام حسین(ع) و درطرف دیگر سیدمرتضی آوینی، سردار حسین همدانی و آیت‌الله بهشتی به عنوان اصحاب و یاران امام خمینی(ره) در کنار هم هستند».

خوابگاه حافظ-ولیعصر ساکن هستند، تا سه، چهار هفته خوابگاه نداشتند و محل سکونتشان اسفناک بود. آنها داخل مسجد دانشگاه ساکن بودند، دو تا دستشویی به‌عنوان حمام به آنها تحویل داده بودند و آنها در آنجا لباس می‌شستند و استحمام می‌کردند. بعد هم شما را به خوابگاهی می‌فرستد تا تعداد نفرات بالا و تجهیزنشده و به‌جای اینکه شما هر ترم برای خوابگاه ۱۲۰هزار تومان پرداخت کنید، اجازه ماهانه نزدیک یک ۲۰۰هزار تومان بابت حضور در خوابگاه اجاره دهید. مسلماً اینها فشار است. به‌علاوه، متأسفانه در گروه مکتارونیک این دانشگاه، فشار بسیار زیادی روی دانشجویان وارد می‌شود». محسن می‌گوید وضعیت دوستان و هم‌کلاسی‌های رضا بسیار بد است، اما دانشگاه حتی اجازه نصب یک بئر تسلیت در دانشگاه را به آنها نداده، ریاست داشگاه، دکتر خاکی‌صدیق، هیچ توضیحی دراین‌باره نداده و استاد راهنمای رضا نیز بعد از حضور در کلاس بی‌توجه به ابزاز احساسات دوستان رضا، گفته ترجیح می‌دهد درباره دانشجویی که خودکشی کرده نه تسلیت بگوید و نه صحبت کند».

تلاش ما برای گفت‌وگو با دکتر خاکی‌صدیق، رئیس دانشگاه خواجه‌نصیر، به جایی نرسید. درنهایت دکتر مسعود ضیابشرحق، قائم‌مقام دانشگاه خواجه‌نصیر، گفت‌وگوی کوتاهی با روزنامه «شروق» انجام دادند که عین این مکالمه ضبط شده را درادامه خواهیم خواند: آقای دکتر من از روزنامه «شروق» تماس می‌گیرم شروق؟

ادامه در صفحه ۱۴

بررسی ۲ مورد خودکشی در خوابگاه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه خواجه‌نصیرالدین طوسی

خودکشی دانشجویی

دوستانش جسد غرق در خونش را در دستشویی خوابگاه پیدا می‌کنند. هم‌کلاسی‌های رضا می‌گویند در حرکات و رفتار او هیچ نشانه‌ای از خودکشی نبود. او خیلی خوشحال و خندان و امیدوار به‌نظر می‌رسید. اینها را محسن، از دوستان و هم‌کلاسی‌های رضا، به «شروق» می‌گوید. محسن ادامه می‌دهد: «من متأسفانه با رضا هم‌خوابگاهی نبودم و متأسفانه یکی از مشکلاتی هم که ما

داشتیم، همین بود. دانشگاه خواجه‌نصیر خوابگاه‌های متمرکز ندارد. من یک سال بالاتر از رضا بودم، اما در یک کلاس با هم هم‌کلاس بودیم و اتفاقاً با یک استاد هم کار می‌کردیم، یعنی استاد راهنمایمان یک نفر بود». محسن درباره روحیه رضا می‌گوید: «چیزی که باعث تعجب ما این بود کسی که می‌خواهد خودکشی کند حتماً چند روز منتهی به اقدامش گوشه‌گیر می‌شود و بی‌خیال زندگی می‌شود. اما رضا این‌طور نبود. رضا تا ساعت شش بعدازظهر روز دوشنبه، صبح و سالم در آزمایشگاه همراه ما بود، بسیار می‌خندید و درس می‌خواند. خوشحال بود که یکی از سه امتحان میان‌ترمش به هفته آینده موکول شده و این هفته باید فقط برای دو درس آماده باشد. حتی شب قبل از دوستش دسته بازی گرفته بود تا در خوابگاه بازی کند. درواقع رضا اصلاً برنامه‌ای برای خودکشی

در هفته گذشته دو خودکشی در خوابگاه‌های دانشگاه خواجه‌نصیر اتفاق می‌افتد. یک خودکشی ناموفق که دانشجویی که با خوردن قرص اقدام به خودکشی کرد، روز سه‌شنبه وضعیت بهتری پیدا می‌کند و به خانواده‌اش تحویل داده می‌شود و خودکشی دوم مربوط به رضا بود؛ رضا که دوستانش جسد غرق در خونش را در دستشویی خوابگاه پیدا می‌کنند

چه اتفاقی می‌افتد که دو دانشجوی دست به خودکشی می‌زنند، می‌گوید: «شما خودتان را به جای دانشجویی بگذارید که ترم اول با هزاران امید و آرزو برای درس خواندن و ماندن در خوابگاه به تهران و یک دانشکده معتبر می‌آید. این در حالی است که به شما نگفته‌اند به‌طور حتم خوابگاه به شما تعلق نمی‌گیرد، بلکه می‌گویند به بخشی از دانشجویان خوابگاه تعلق می‌گیرد. اول تا سه هفته به شما خوابگاه نمی‌دهند. اکثر دانشجویانی که در

فراخوان مناقصه عمومی (ارزیابی ساده)

مناقصه یک مرحله ای شماره م آ ج 94/0054

پروژه اصلاح سیستم اطفا ه حریق در کلید خانه های برق کار خانه های cs300/500



شرکت ملی نفت ایران
شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب
شرکت بهره برداری نفت و گاز
آغاچاری «سهامی خاص»

الف- شرح مختصر

اعلام و اطفا ه حریق به همراه تست گرم ۳- شارژ مجدد سیلندرها و راه اندازی سیستم و تحویل آن ۴- پروژه تعدیل پذیر می باشد و تعدیل بر اساس بخشنامه ۳۸۷۱۰۳ مورخ ۹۱/۹/۴ وزارت نفت و بخشنامه ۱۰۱/۱۷۳۰۷۳ مورخ ۸۲/۹/۱۵ سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور پرداخت می گردد.

ب- برآورد کارفرما/ محل و مدت انجام

۱- برآورد کارفرما به مبلغ ۶,۹۴۷,۲۸۲,۴۴۰ ریال می باشد. ۲- محل اجرای پروژه کارخانه های رگ سفید به فاصله ۴۰ کیلومتری شهرستان امیدیه می باشد. ۳- مدت انجام پروژه ۱۰ ماه و دوره نگهداری ۱۲ ماه می باشد.

ج- شرایط مناقصه گران متقاضی

- داشتن حداقل پایه ۵ رشته تالیستاست و تجهیزات از سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور -ارائه تضمین شرکت در مناقصه به مبلغ -/۳۲,۳۴۲,۰۰۰ ریال و همچنین ۵درصد مبلغ پیمان (در صورت برنده شدن) بعنوان تضمین انجام تعهدات می باشد. -مناقصه گران براساس ماده ۱۱ آئین نامه اجرایی بند ج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات ارزیابی ساده می شوند. -هزینه درج آگهی در روزنامه ها بهعهده برنده مناقصه خواهد بود.

د- محل ، زمان و مهلت دریافت مدارک مناقصه گران از کلیه متقاضیان واجد شرایط دعوت میشود حداکثر ظرف ۱۰ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم، آمادگی خود را بصورت کتبی به آدرس ذیل ذکر اعلام نمایند. ضمناً محل، زمان تحویل و گشایش پیشنهادهادر در اسناد مناقصه قید می گردد. نشانی محل اعلام آمادگی و دریافت اسناد: خوزستان- امیدیه - محوطه صنعتی- ساختمان ۲۰۰- اتاق ۳۰۳- امور حقوقی و قراردادها تلفن ۰۶۱۵۲۶۷۷۰۱

http://iets.mporg.ir– www.shana.ir– www.nisoc.ir

نگاه

کتابی برای وزیر آموزش و پرورش

محمد رضا نیک‌نژاد . آموزگار

● سال‌هاست نام فنلاند به‌عنوان کشوری با آموزش‌وپرورشی کارآمد بر سر زبان‌هاست. بسیاری از کشورها حتی آنها که ادعاها‌های علمی، فناوری، اقتصادی و... دارند، در پی این هستند که از راز کامیابی آموزش در فنلاند سر درآورند و از آن بیاموزند. فنلاند در سال‌های ۲۰۰۰، ۲۰۰۳، ۲۰۰۶ و ۲۰۰۹ در آزمون‌های پیزا – آزمون‌های بین‌المللی برای سنجش آگاهی‌های آموزشی دانش‌آموزان کشورها- که هر سه سال برگزار می‌شود، رتبه نخست را در دست آورده است. گرچه در آزمون پیزای سال ۲۰۱۲ فنلاند نتوانست سروری خویش بر آموزش جهان را پاس بدارد، اما همچنان از کامیاب‌ترین‌هاست. این در حالی است که کشورهای کامیاب در پیزای ۲۰۱۲ به‌گونه‌ای شگفت، برنامه‌های خویش را با نگاه به ساختار آموزشی فنلاند بهسازی کرده‌اند. به هر روی، توانایی‌های نهفته در آموزش‌وپرورش فنلاند و کامیابی‌های دهه‌های آغازین سده ۲۱، پژوهشگران و کار به دستان آموزشی کشورها را بر آن داشته است تا به رازورمهای این کامیابی‌ها بی برده و با بررسی ساختار آموزشی این کشور، از تجربه‌های آن بهره ببرند. در کشور ما نیز علاقه‌مندان برای پاسخ به پرسش‌های خویش از آموزش‌وپرورش فنلاند، به کارهای ارزنده‌ای دست یازیده‌اند. در این‌میان می‌توان به کتاب «درس‌های فنلاندی» (آنچه دنیا می‌تواند از تغییرات آموزشی فنلاند بیاموزد) نوشته «یاسی سالبرگ» و ترجمه «علیرضا مقدم و طیبه سهرابی» انتشارات مرآت اشاره کرد. این کتاب در پنج فصل بوده است. اما بی‌گمان نمی‌توان کامیابی‌های آموزش‌وپرورش این کشور را تک‌عاملی دانست و بر بهسازی در کل ساختار چشم پوشید. نویسنده کتاب در دیباچه آن می‌نویسد: «... فنلاند به خاطر اینکه توانسته‌است است یک سیستم آموزشی ایجاد کند که در آن دانش‌آموزان به‌خوبی یاد می‌گیرند و آموزش عادلانه منجر به تفاوت‌های ناچیزی در عملکرد دانش‌آموزان در بین مدارس نقاط مختلف کشور شده است، جایگاه ویژه‌ای دارد. این وضعیت نادر بین‌المللی با استفاده از منابع مالی منطقی و با تلاش کمتری در مقایسه با کشورهای دیگر برای ایجاد تغییر به دست آمده است». (ص ۱۵) «این کتاب برخلاف اعتقاد کسانی است که باور دارند بهترین روش برای حل مشکلات مزمن سیستم‌های آموزشی فنلاند، گرفتن مدارس و محول‌کردن به افرادی است که ممکن است عملکرد مؤثرتری داشته باشند؛ یا به عبارت دیگر، به خصوصی‌سازی آموزش باور دارند» این فقط بخش‌هایی از دیباچه کتاب «درس‌های فنلاندی» بود. نویسنده که خود در دوره‌های گوناگون از فرادستان و سیاست‌گذاران آموزش فنلاند و دیگر کشورهای اروپایی بوده به‌خوبی توانسته است پیشرفت‌های شگفت‌آور آموزشی در فنلاند را بشکافد و بشناساند. این کتاب دارای نکته‌های ارزنده‌ای برای آموزگاران، مدیران آموزشی، پژوهشگران و به‌ویژه فرادستان آموزشی مانند وزیر و تیم همراهش است. از زمان آغاز به کار دولت یازدهم، وزیر و تیم همراه تلاش کرده‌اند خویش را در جرگه اصلاح‌گران آموزشی نشان دهند. این کتاب نشان می‌دهد رویکرد کلی کار به دستان آموزشی دست‌کم در دوده گذشته، نتوانسته گره‌ای از بی‌شمار دشواری‌های آموزشی کشور باز کند. نگارنده به‌عنوان یک آموزگار، از وزیر و تیم همراهش می‌خواهد کتاب «درس‌های فنلاندی» را بخواند و از آن درس‌ها بیاموزد. شاید کتاب بتواند اندک تغییری در رویکرد تیم آموزشی دولت پدیده آورد.

آگهی تجدید مزایده عمومی یک مرحله‌ای شماره ۹۴/۱ نوبت دوم

اداره کل حمل و نقل و پایانه های استان لرستان در نظر دارد ؛اجازه نصب بنر، بهره برداری و نگهداری از تابلوهای تبلیغاتی که سازه آنها متعلق به سازمان می باشد را طبق جدول ذیل از طریق مزایده عمومی به اشخاص حقیقی و حقوقی واگذار نما ید؛

ردیف	نام محور	کیلومتر	متراز (متر مربع)	نرخ پایه اجاره ماهیانه جهت هر متر مربع تبلیغات روی تابلوهای منصوبه به وجود جهت سال اول	مبلغ تضمین شرکت در مزایده	آخرین مهلت دریافت اسناد	آخرین مهلت تحویل پیشنهاد	جلسه بازگشایی پاکات راس ساعت ۹ روز
۱	خرم آباد-بروجرد	۲	۲۴	۶۰/۰۰۰	۶/۲۷۰/۷۲۰	۹۴/۰۹/۱۷	۹۴/۰۹/۲۸	۹۴/۰۹/۲۹
۲	خرم آباد-بروجرد	۵	۴۰	۶۰/۰۰۰	۱۰/۴۸۳/۲۰۰	۹۴/۰۹/۱۷	۹۴/۰۹/۲۸	۹۴/۰۹/۲۹
۳	دورود-بروجرد سمت راست	۵	۱۸	۴۰/۰۰۰	۳/۱۴۴/۹۶۰	۹۴/۰۹/۱۷	۹۴/۰۹/۲۸	۹۴/۰۹/۲۹
۴	دورود-بروجرد سمت چپ	۵	۱۸	۴۰/۰۰۰	۳/۱۴۴/۹۶۰	۹۴/۰۹/۱۷	۹۴/۰۹/۲۸	۹۴/۰۹/۲۹
۵	دورود-بروجرد سمت چپ	۷	۱۸	۴۰/۰۰۰	۳/۱۴۴/۹۶۰	۹۴/۰۹/۱۷	۹۴/۰۹/۲۸	۹۴/۰۹/۲۹
۶	بروجرد-خرم آباد	۱۷	۶۳	۶۰/۰۰۰	۱۶/۵۱۱/۰۰۰	۹۴/۰۹/۱۷	۹۴/۰۹/۲۸	۹۴/۰۹/۲۹

میزان سپرده شرکت در مناقصه مطابق ستون شماره ۶ جدول فوق بایستی بصورت ضمانتنامه بانکی و با چک تضمین شده و یا پیش واریزی به حساب شماره ۹۴۳۷۴۸۳۰۰۲ نزد بانک صادرات میدان امام حسین (ع) شهرستان خرم آباد به نام اداره کل حمل و نقل و پایانه های استان لرستان طبق شرایط قید شده در اسناد مزایده ارائه گردد.به پیشنهاد های فاقد سپرده، سپرده های مخدوش، سپرده های کمتر از میزان مقرر، چک شخصی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد. محل دریافت اسناد: متقاضیان می توانند به آدرس های ذیل مراجعه نمایند:

پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات http://iets.mporg.ir مراجعه حضوری به اداره کل حمل و نقل و پایانه ها - شماره تماس: ۰۶۶۳۳۴۰۶۸۰۶ محل تحویل پیشنهادات: خرم آباد- بلوار بهارستان -خیابان بزرگمهر- دبیر خانه اداره کل حمل و نقل و پایانه های استان لرستان . به پیشنهادهای فاقد امضاء مشروط، مخدوش و پیشنهادهاتی که بعد از انقضای مدت مقرر در فراخوان واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد(مهر و امضاء کلیه اسناد الزامیست). سایر اطلاعات و جزئیات مربوط در اسناد مزایده مندرج است.

اداره کل حمل و نقل و پایانه های استان لرستان

تاریخ انتشار نوبت اول آگهی: ۹۴/۹/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دوم آگهی: ۹۴/۹/۷

تاریخ چاپ نوبت اول: چهار شنبه ۹۴/۹/۴ تاریخ چاپ نوبت دوم: شنبه ۹۴/۹/۷